

# KIT DE SENSIBILISATION « ZERO RUPTURE MODE D'EMPLOI »

Enjeux, démarche et outils pour lutter contre les ruptures linéaires

## Objectif du kit de sensibilisation

- **Mettre à disposition des industriels et des distributeurs une présentation leur permettant de sensibiliser largement les acteurs en interne et leurs partenaires**
  - Quels sont les enjeux globaux liés à la rupture linéaire ?
  - Quelle démarche adopter et quels outils utiliser pour lutter contre les ruptures en linéaire ?
  
- **Le kit pourra être présenté / diffusé au sein de chaque entreprise de manière personnalisée**
  - Sur les enjeux, par catégorie ou par enseigne
  - Sur le plan d'action

**74 paniers d'achat sont perdus  
par jour par magasin  
à cause des ruptures en linéaires**

Source: ECR France

**20% des ruptures ne sont  
toujours pas résolues après 3  
jours**

Source: ECR France - IRI

1 article sur les 17 d'un panier  
moyen est **absent du linéaire**

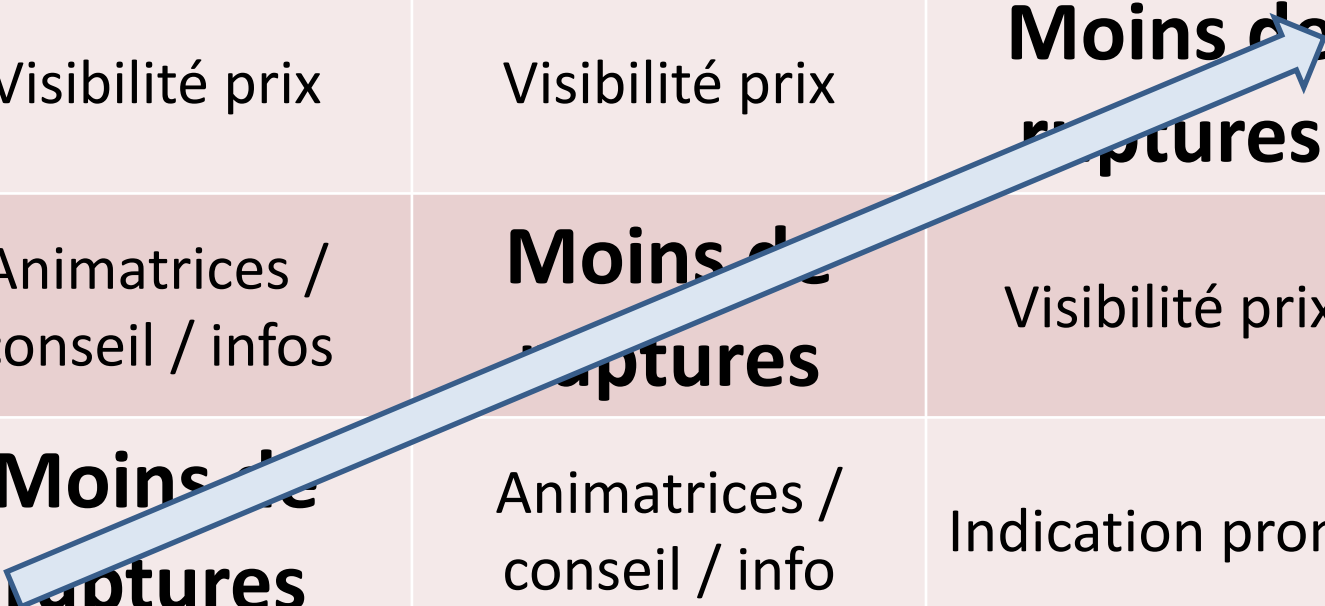
Source: ECR France

# LES ENJEUX D'IMAGE AUPRES DU CONSO-SHOPPER

# Une attente forte des consommateurs pour des produits toujours disponibles en rayon

## Quelles sont les principales attentes que vous auriez concernant ce rayon?

	2010	2011	2012
n° 1	Visibilité prix	Visibilité prix	<b>Moins de ruptures</b>
n° 2	Animatrices / conseil / infos	<b>Moins de ruptures</b>	Visibilité prix
n° 3	<b>Moins de ruptures</b>	Animatrices / conseil / info	Indication promo



source IRI 2013 : tous rayons du PGC

# Un consommateur insatisfait face à la rupture

Source 38 000 shoppers (étude IRI 2012)

**36% reportent leur achat  
ventes perdues le jour de  
l'achat dans le magasin  
concerné**

- 25% achèteront ce produit la fois d'après dans le même magasin
- 11% achèteront dans un autre magasin

**55% substituent**

- 46% autre marque\*
- 9% même marque\*

**9% abandonnent l'achat**



\*Base étude Shopper IRI 2010



# Le consommateur du drive est également sensible à la rupture

Si vous n'aviez pas trouvé ce produit, qu'auriez-vous fait ?

*Source : IRI 2012 , catégorie EAUX*



**47%**

N=212

**De pertes immédiates pour la catégorie lorsque le produit n'est pas trouvé**

(abandon d'achat + report sur une autre catégorie)

*Vs 47% en magasin*

# LES ENJEUX FINANCIERS POUR LES INDUSTRIELS ET LES ENSEIGNES

# 74 paniers d'achat perdus en raison des ruptures en moyenne par jour et par magasin

**1,66 milliards  
d'euros**

d'enjeu relatif annuel  
toutes enseignes

source baromètre ECR-IRI 2013

**près de 2900 € de  
chiffre d'affaires  
perdu**

par magasin et par jour

**= 74 clients**

Panier moyen hyper = 39€

source Kantar 2012



## La rupture dé-fidélise

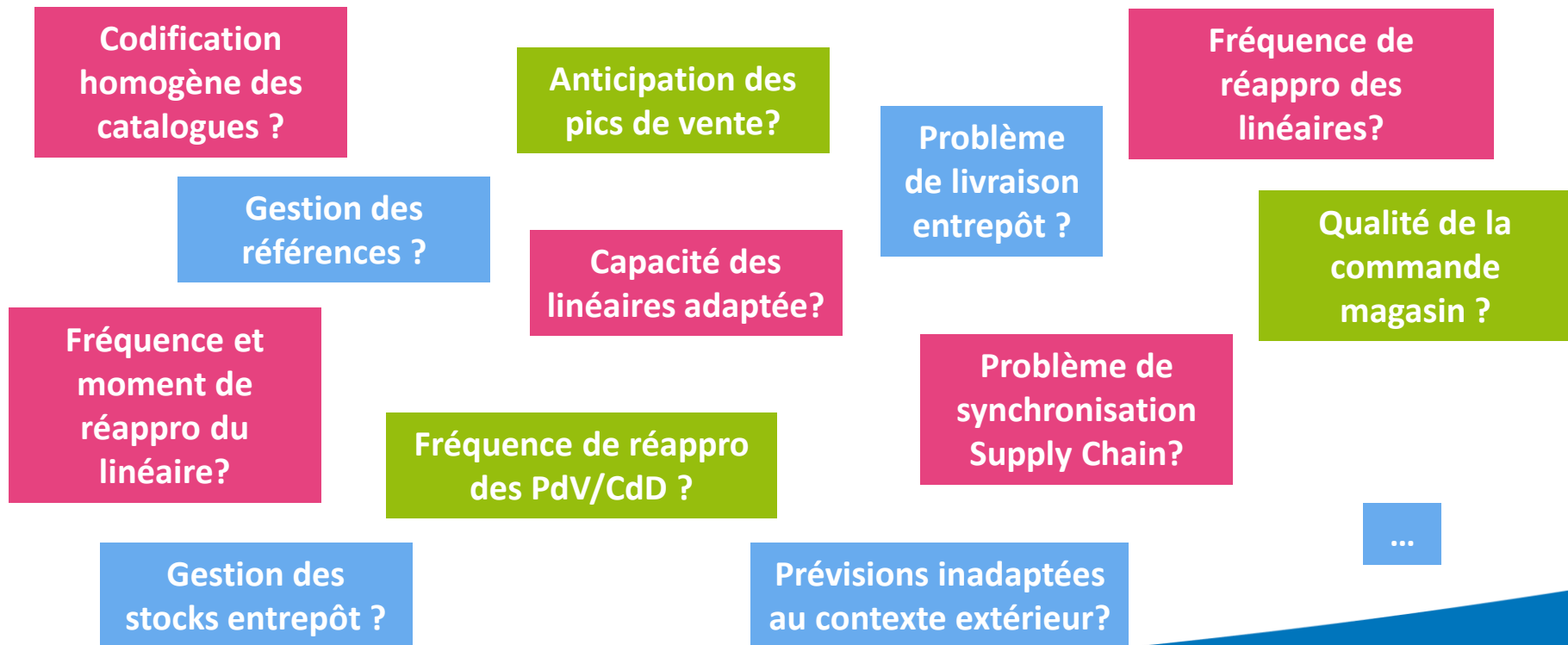
*« D'autant plus que le même produit peut être à nouveau  
en rupture lors de la visite suivante du client ! »*



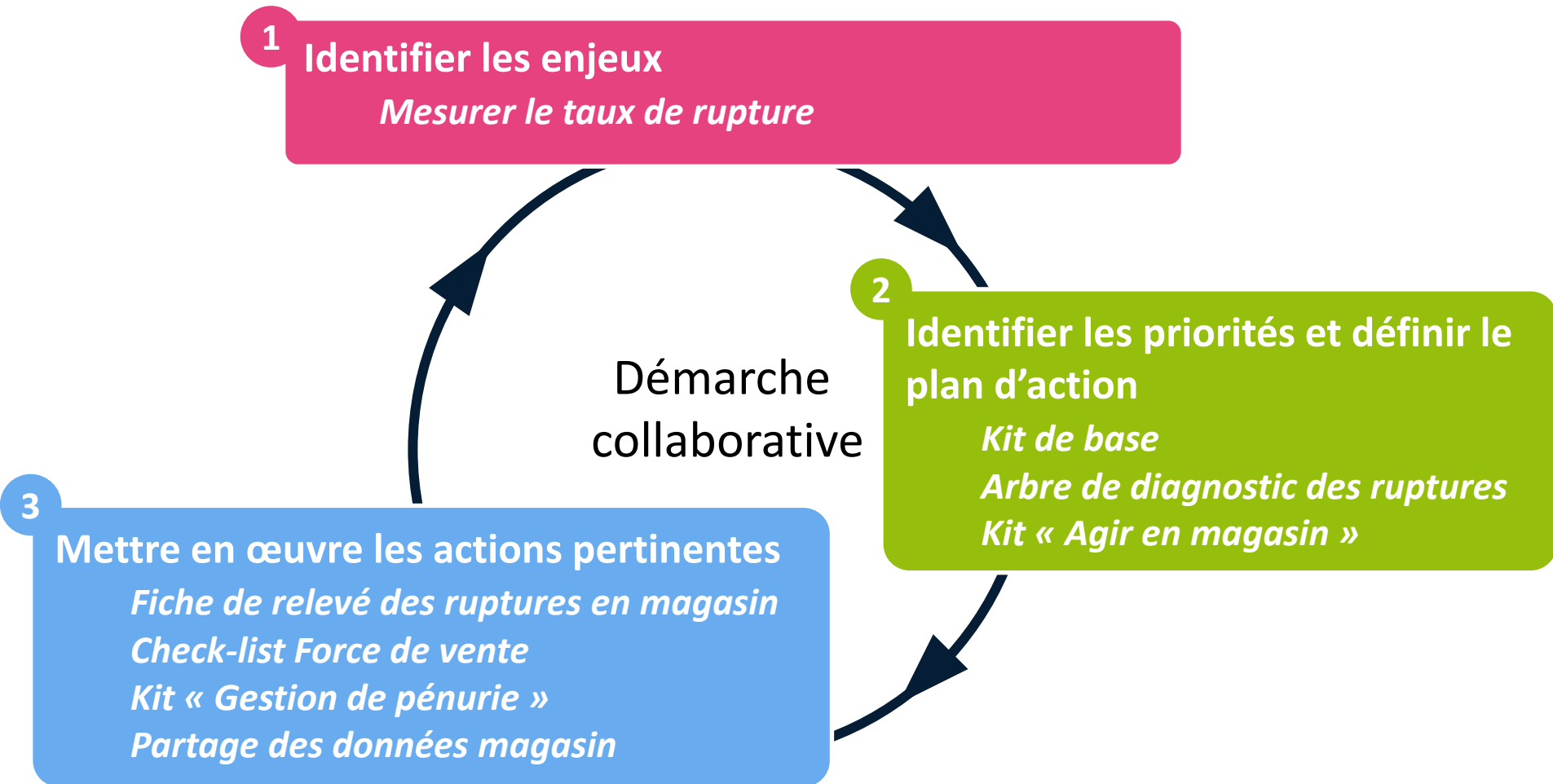
# LES OUTILS COLLABORATIFS ECR POUR LUTTER CONTRE LES RUPTURES

*Outils développés par les adhérents d'ECR France  
destinés à tous les industriels et distributeurs*

- La réduction durable des ruptures en magasin est un projet transversal complexe car il implique de nombreuses fonctions chez les industriels et chez les distributeurs
- Les causes de rupture en linéaire sont nombreuses

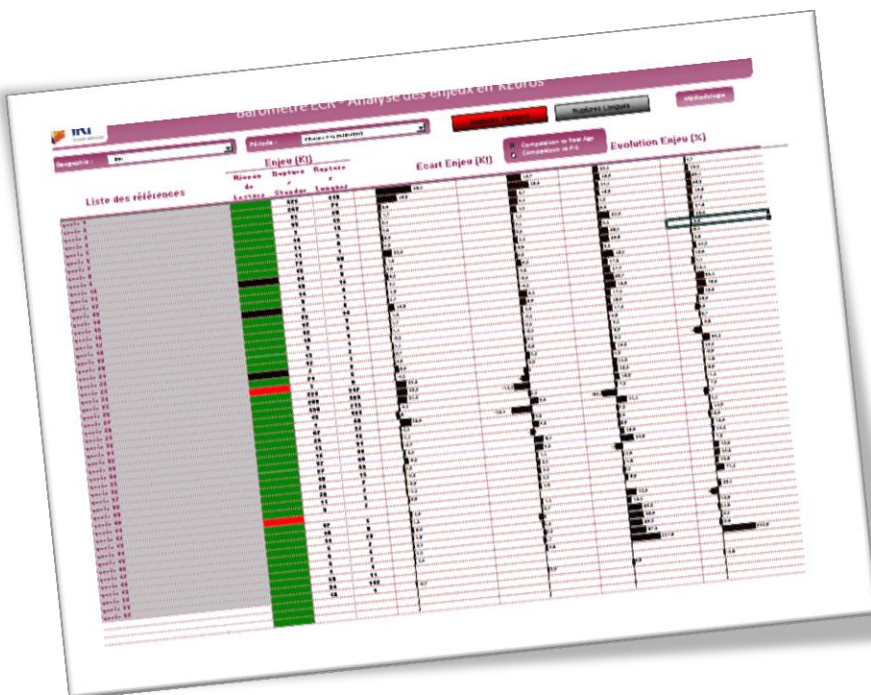


# La démarche ECR de lutte contre les ruptures



## Le Baromètre ECR-IRI

permet de connaître et de comparer le niveau de rupture linéaire de toutes les enseignes, par catégorie, et de quantifier les enjeux associés. C'est le point de départ de la démarche



1ers résultats disponibles en octobre 2013

110 catégories  
(y compris 2 en non alimentaire)

Total Hypermarchés

Fortes et faibles rotations  
(hors EAN VMH<1)

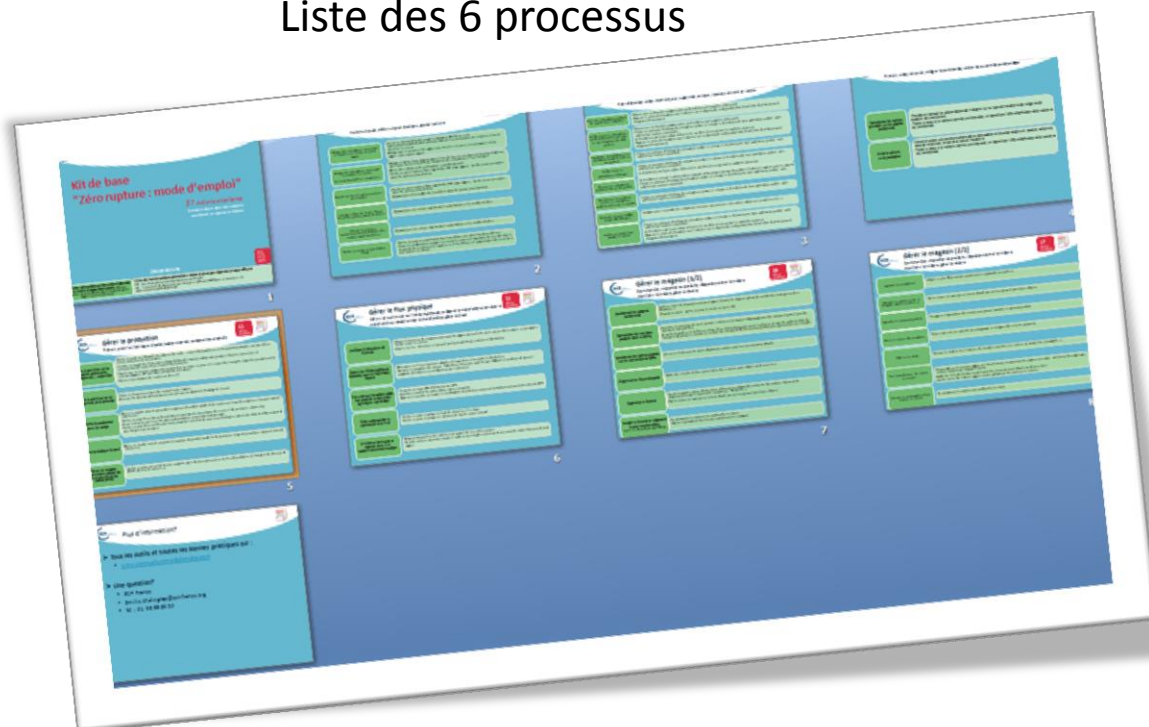
Ruptures complètes à l'EAN (standard, longues)

Rapport mensuel standard

## Le « kit de base »

recense les actions prioritaires à mettre en œuvre dans l'entreprise pour réduire les ruptures linéaires. Il permet de définir le plan d'actions approprié pour chacun

### Liste des 6 processus



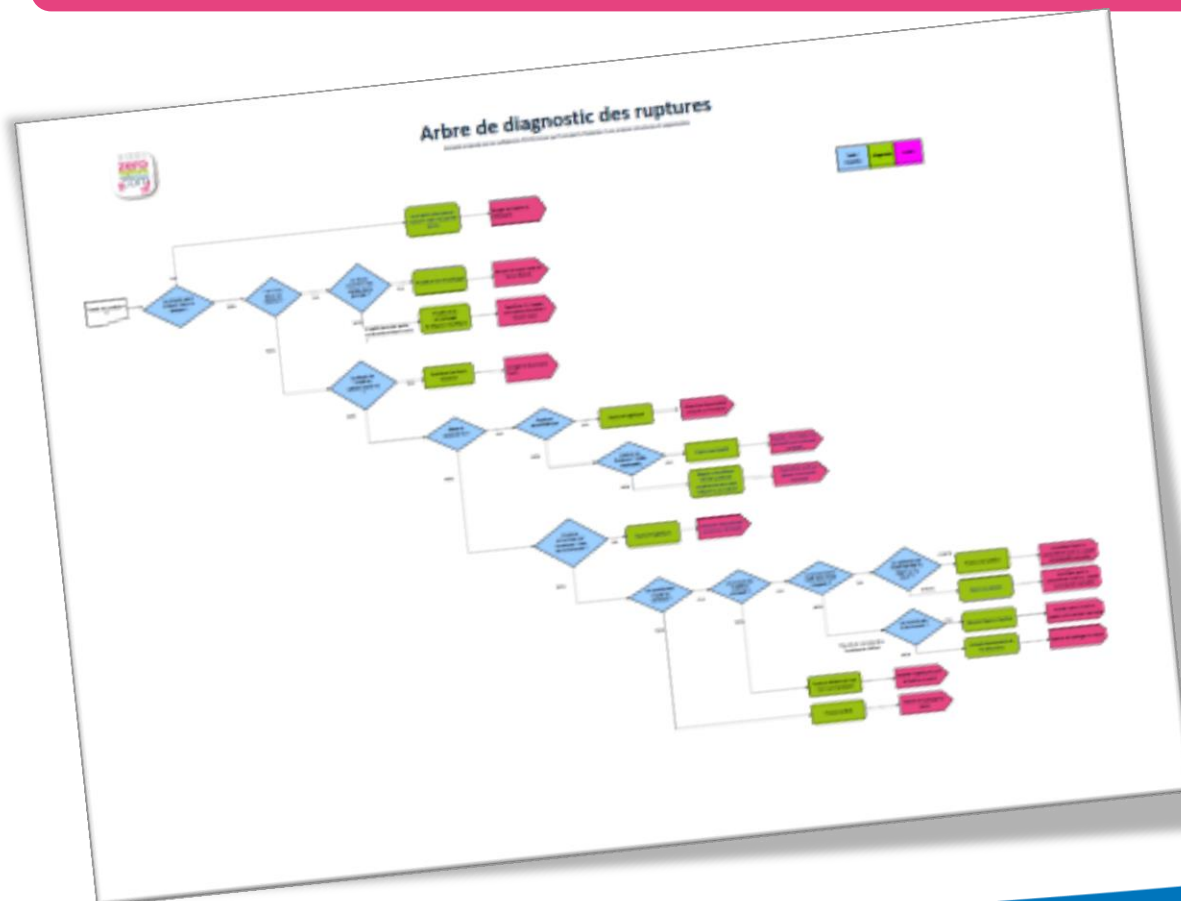
La liste des difficultés rencontrées sur les 6 processus de la chaîne d'appro

La liste des bonnes pratiques prioritaires à mettre en place pour répondre efficacement à chaque difficulté



## L'arbre de diagnostic des ruptures

permet de définir précisément les causes de rupture, chez l'industriel et chez le distributeur, à partir d'une analyse fine des processus

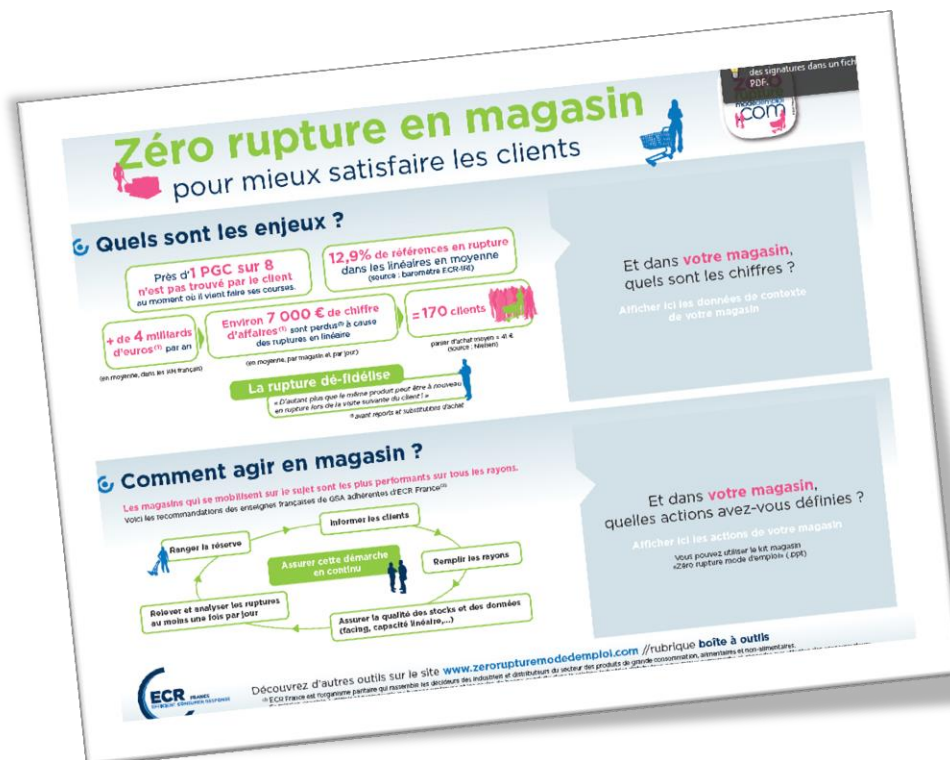


Un schéma standard  
d'identification des  
causes de rupture

Un outil d'aide à la  
décision pour définir  
les actions  
prioritaires à mettre  
en œuvre

## Le kit « Agir en magasin contre les ruptures »

est un outil destiné aux équipes de management du magasin et aux ELS/managers de rayon pour leurs briefs quotidiens, pour la formation et la communication



Une affiche format A1 à personnaliser aux couleurs de votre enseigne et à imprimer en magasin

Une présentation standard pour servir de support de communication et de formation

La « **fiche de relevé des ruptures** » et la « **check-list force de vente** » servent de support pour un processus de revue périodique conjointe, qui permet de répondre rapidement aux problèmes identifiés

The image displays three documents from the 'zero rupture modedemploi.com' initiative, designed for joint reviews between industrial and distributor partners.

- Visite précédente (Previous Visit):** A table for recording data from the last visit. It includes columns for 'Produit' (Product) and 'Rupture constatée' (Observed rupture). Below the table, it asks for 'Disponibilité linéaire : xx %' (Linear availability: xx %) and 'Enjeux : xx €' (Stakes: xx €). It also lists 'Principales causes de ruptures' (Main causes of ruptures) with a scale from 1 to 3.
- Visite du jour (Today's Visit):** A table for recording data from the current visit. It includes columns for 'Produit' (Product), 'Ruptures en linéaire' (Ruptures in linear), 'Présence étiquette' (Label presence), and 'Présence en rayon' (Shelf presence).
- Check list "Force de vente" (Sales Force Checklist):** A checklist titled 'Check list "Force de vente" pour réduire les ruptures en linéaires' (Sales force checklist to reduce linear ruptures). It is divided into three main sections:
  - Lors de la préparation du RDV (During the preparation of the meeting):**
    - Vérifier les produits qui peuvent connaître une rupture d'approvisionnement (ex: problèmes de matières premières...) ou qui l'étaient et qui peuvent désormais être commandés.
    - Préparer les produits qui sont en rupture en cours de la commande avant la prochaine visite.
    - Identifier tous les OP dans le magasin en cours de la commande avant la prochaine visite.
    - Consulter et analyser le taux de disponibilité linéaire et les enjeux associés.
  - Avant le RDV, face au linéaire (Before the meeting, in the linear aisle):**
    - Régler les ruptures: Remarque les ruptures visibles grâce aux étiquettes ou au relevé en historique. Contrôler que les ruptures constatées lors de la dernière visite, sont remédiées.
    - État de rayon: Vérifier la présence de l'ensemble de la gamme (même si elle n'est pas dans le magasin) et des innovations.
    - Préparer: Remarque les ruptures en TO.
    - Régler: Vérifier en rayon que les produits en rupture n'y sont pas répliqués.
    - Capacité linéaire: Remarque les ruptures et analyser la capacité de stockage par rapport au besoin.
    - Vérifier que les produits commandés en rupture sont présents au rayon.
  - Durant le RDV en magasin (During the meeting in the store):**
    - Préparer avec le magasin le taux de disponibilité linéaire et définir les plans d'action selon les enjeux identifiés.
    - État de rayon: Analyser avec votre interlocuteur chaque rupture linéaire pour identifier la cause précise. Exemples de cause: Produits non référencés, Absence de commande, Stock non mis en linéaire, Problème de paramétrage du système de commande automatique... (cf. fiche de disponibilité des ruptures).
    - Régler les ruptures: Donner de la visibilité au magasin pour préparer le rayon et permettre au magasin de réapprovisionner dès la remise en disponibilité.
    - État: Analyser les données de ventes et de disponibilité à la commande dans l'historique. Après approvisionnement du magasin, vérifier la possibilité de commander au mieux du RDV.
    - Préparer: Préparer le rayon selon les OP à venir. Consulter le plan d'approvisionnement des OP. Définir ensemble les quantités à commander (même si elle n'est pas dans le magasin) et des innovations.
    - Produit en rupture: En cas de rupture, prévoir le réapprovisionnement du linéaire.
    - Produits référencés au grand public: Définir la date d'implémentation et les quantités nécessaires par rapport à la saisonnalité et aux historiques de ventes.
    - Réviser: Analyser les modifications de flux logistiques impactant le magasin (changement de fréquence de commande...).
  - Après le RDV (After the meeting):**
    - Remarque les ventes en cas d'action de l'entreprise ou de l'industriel. Exemple: Entretien non approprié, État de code, Code invalide.
    - Formaliser le plan d'action et le communiquer au magasin pour pouvoir le partager ensemble à la prochaine visite.

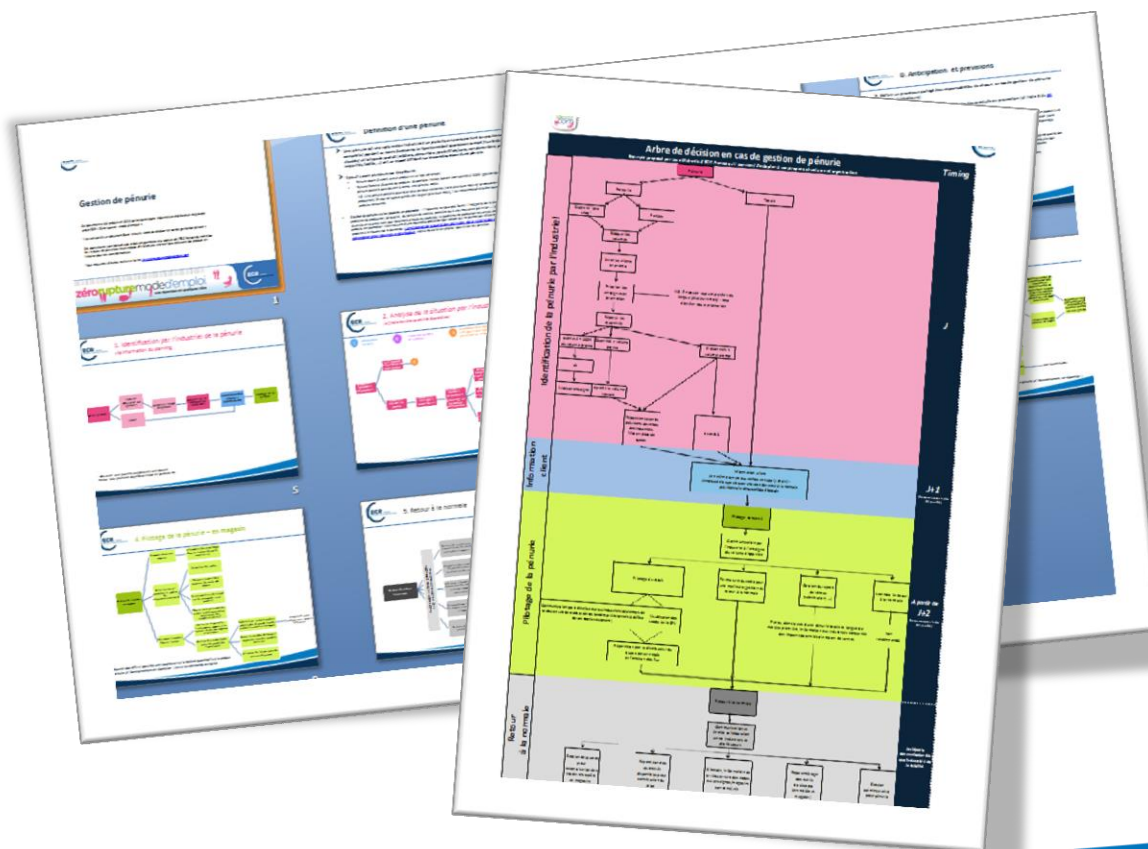
Une fiche standard de relevé des ruptures en magasin

Une check-list des points à aborder lors d'une visite magasin

Un plan d'action conjoint industriel-distributeur, précisant les rôles de chacun

## Le kit « Gestion de pénurie »

définit la marche à suivre en cas de pénurie d'un produit chez l'industriel : quelles actions mettre en place pour minimiser les risques de rupture



L'arbre de décision de la gestion de pénurie

Une présentation didactique détaillant les actions à suivre durant chaque phase du déroulé d'une pénurie, pour minimiser les risques de rupture

## Le partage des données point de vente

permet à l'industriel d'agir en amont sur la disponibilité linéaire en ayant accès aux données du magasin : sell-out, stocks, détention, référencement

Niveau de collaboration	Vision Distributeurs	Vision Industrielle
Basique	Données partagées sans objectifs précis ou processus	Données utilisées pour d'information, quels mécanismes en place, problématiques
Intermédiaire	Données partagées liées aux priorités, l'enseigne étant à l'écoute des recommandations de l'industriel	Génération d'ins, corrections auto
Avancé	Processus communs standardisés en place impliquant une action et un ROI à la fois de l'industriel et du distributeur	Système basé sur la correction et la coopération

Enjeux industriels	Enjeux distributeurs
<ul style="list-style-type: none"> <li>Booster les écoulements</li> <li>Gagner des parts de marché</li> <li>Maîtriser la détention de l'assortiment</li> <li>Accélérer la montée en DV des lancements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avoir un langage commun</li> <li>Piloter des indicateurs communs partagés</li> </ul>

Les enjeux, individuels et conjoints, pour chaque acteur

Les niveaux de collaboration observés

Le panorama des solutions du marché

La vision ECR Europe



# POUR ALLER PLUS LOIN...

## Le site [www.zerorupturemodedemploi.com](http://www.zerorupturemodedemploi.com)

est la plateforme sur laquelle vous définirez votre plan d'action personnalisé, et retrouverez l'ensemble des outils disponibles.



L'outil « Vos actions »  
pour trouver  
facilement les bonnes  
pratiques que vous  
pouvez mettre en  
place quelque soit  
votre fonction

La boîte à outils :  
répertoire des outils  
téléchargeables

Les dernières news  
et bonnes pratiques

## Les Trophées ECR

distinguent et mettent en valeur les meilleures mises en œuvre de bonnes pratiques de lutte contre les ruptures linéaires



Les présentations  
des dossiers  
récompensés

Des études inédites

Une source  
d'inspiration pour se  
benchmarker



Consultez les sites et  
téléchargez les outils



[www.zerorupturemodedemploi.com](http://www.zerorupturemodedemploi.com)



[www.ecr-france.org](http://www.ecr-france.org)

Participez à la conférence  
annuelle et aux Trophées



Participez aux travaux du  
groupe projet



Bertrand Denis FERRERO  
 Hervé Poulain COCA-COLA Entreprise Jean-Michel Bru  
 UNILEVER  
 Yael Benhamou  
 Caroline Lottiaux  
 L'OREAL  
 LESIEUR  
 Philippe Neveux  
 CASINO  
 AUCHAN  
 Laurence Sellam  
 ITM  
 Eva Layani  
 CORA  
 Delphine Sajdera  
 CARREFOUR  
 Elisabeth Hugot  
 NESTLE  
 Valerie Benedicto  
 Jean-Remi Frerot  
**ZeroRupture**

Contactez ECR France

14 rue Magellan 75008 Paris  
01 56 89 89 30  
[ecr@ecr-france.org](mailto:ecr@ecr-france.org)